

5 apostas do Sebrae para a NRF 2023

A NRF, **New Retail Federation**, é a maior feira do varejo mundial e apresenta as principais tendências e comportamentos para o mercado e, para antecipar, trouxemos aqui as nossas apostas do que vai rolar por lá.

1

Após anos difíceis, a maior convenção do mundo para varejistas voltará com força total.

Serão mais de **30 mil participantes** de **100 países**, **800 expositores** e mais de **200 palestras**. Agora sem restrições, o evento contará um conteúdo privilegiado para quem quer tentar entender e identificar caminhos para construir o melhor futuro próximo em um cenário tão complexo e incerto em que vivemos.

Os participantes serão inspirados por alguns dos líderes mais talentosos do varejo para superar desafios, ultrapassar limites e fazer mudanças.

Temos uma expectativa para assistir a palestra da Michelle Evans, CEO da Euromonitor, que promete apresentar as principais tendências globais de consumo para 2023.

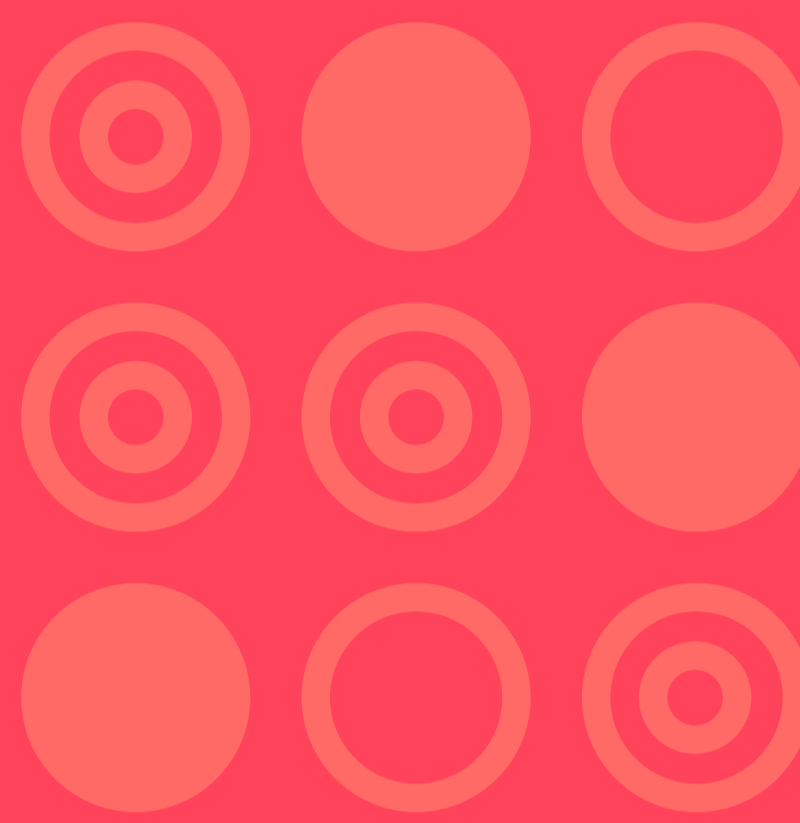
Os conteúdos serão dedicados para os negócios que querem se transformar e serem mais competitivos.

Tecnologia e conexão humana precisam ser complementares. Os clientes possuem necessidades diferentes e quem ganhará o jogo é quem fizer bem o físico e digital, sempre com ótimo relacionamento. Afinal, seres humanos necessitam interação e um dos objetivos das empresas deve ser fomentar conexões humanas.

A neurociência diz que o olho no olho é muito importante, o vendedor deve olhar nos olhos, não para os equipamentos.

A Starbucks sempre está em evidência na NRF e tem um posicionamento que é ser um ponto de contato para conexões humanas.

Buscam a inovação através do mantra **"da ideia a ação em 100 dias"**, empoderando equipes para implementar inovações com foco na melhoria da relação com seus clientes.



Temas como o futuro da liderança e sustentabilidade no varejo deverão trazer provocações e apontar novos caminhos.

Além da tecnologia de dados a serviço do combate ao desperdício, tópicos como comércio circular e mercado de revenda serão bem fortes.

Além da tecnologia de dados a serviço do combate ao desperdício, tópicos como comércio circular e mercado de revenda serão bem fortes.

Investimentos no combate às mudanças climáticas, estratégias de ESG e aproximação das lideranças com as equipes de venda no varejo devem continuar relevantes nesta edição.

Kate Ancketill, CEO da GDR Creative Intelligence, promete apresentar estratégias de varejo para grandes inovações envolvendo estas temáticas.

3

4

Uma profunda mudança no papel da loja física deverá ser debatida.

Jeff Jennette, CEO da Macy's, tradicional varejo americano, irá realizar uma palestra sobre estratégias para atrair os novos consumidores para as lojas físicas.

As mudanças de comportamento na sociedade estão se refletindo em alterações importantes na forma de consumo das pessoas, flexibilidade e conveniência estão pautando as estratégias dos varejistas de destaque no mundo. Fazer varejo da mesma forma manterá a redução de clientes nas lojas e parceria e compartilhamento com outras marcas pode ser uma alternativa para contornar esse cenário.

Amazon Returns é um exemplo deste tipo de parceria entre a Amazon e a Kohl's, na qual a Amazon coloca um ponto de retirada de produtos dentro das lojas Kohl's. Esta iniciativa proporciona maior conveniência para retirada de produtos aos clientes da Amazon e também maior fluxo de pessoas nas lojas Kohl's.



5

Visitas técnicas incríveis nos principais pontos comerciais de Nova York e inspiração para qualificar o varejo gaúcho.

Visitaremos importantes pontos comerciais transmitindo informações técnicas das lojas e estimulando reflexões para identificação de práticas de referência mundial. As empresas a serem visitadas serão definidas de acordo com os objetivos dos empresários participantes.

Nosso foco será desde operações de destaque global, como a Loja do Google, Harry Potter Store, Nike House of Innovation e Samsung 837 até pequenos negócios locais que se destacam pela forma de vender seus produtos e agregar serviços surpreendentes.

A nossa grande aposta é que, após todas as atividades do nosso programa de imersão, os empresários dos pequenos negócios que estarão conosco poderão desenvolver estratégias e novos modelos de negócio que irão torná-los mais competitivos, conectados com o futuro e relevantes para os mercados em que atuam.

Pronto para embarcar nessa com a gente?

Faça parte do grupo #VarejoSebrae no WhatsApp e acompanhe as principais tendências, direto de Nova York, em primeira mão.

Entrar no grupo